

Resenha

Transformações do mercado editorial com a revolução digital em As Guerras do Livro de Thompson

Transformaciones del mercado editorial con la revolución digital en La guerra de los libros del Thompson

Transformations in the publishing market with the digital revolution in Book Wars of Thompson

Ana Paula Martins Pereira¹

¹ Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Departamento de Linguagem e Tecnologia, Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens, Belo Horizonte, Minas Gerais (MG), Brasil

RESUMO

O impacto da revolução digital no mercado editorial é o foco do mais recente livro lançado por John B. Thompson no Brasil, em 2021, pela Editora Unesp. São 12 capítulos que tratam sobre o novo universo editorial, centrados nas últimas décadas, com transformações, desafios e reconstruções, passando por processos finais das revoluções desse mercado. Thompson delinea sobre os livros digitais, o crescimento da autopublicação e da popularidade de audiolivros, discutindo tanto sobre os processos de criação e edição, como de divulgação, distribuição, disseminação/ vendas e consumo/ leitura.

Palavras-chave: Livro; Mercado Editorial; Novas mídias.

RESUMEN

El impacto de la revolución digital en el mercado editorial es el tema central del último libro de John B. Thompson, publicado en Brasil, en 2021, por la Editora Unesp. Son 12 capítulos que abordan el nuevo universo editorial, centrado en las últimas décadas, con transformaciones, desafíos y reconstrucciones, pasando por los procesos finales de las revoluciones en este mercado. Thompson plantea los libros digitales, el crecimiento de la autopublicación y la popularidad de los audiolibros, discutiendo tanto los procesos de creación y publicación, como los de difusión, distribución, divulgación/venta y consumo/lectura.

Palabras clave: Libro; Mercado editorial; Nuevos medios.

ABSTRACT

The impact of the digital revolution in the publishing market is the focus of the latest book by John B. Thompson to be released in Brazil in 2021 by the Unesp publishing house. There are 12 chapters about the new publishing universe, based on the last few decades, with transformations, challenges and reconstructions, and the final processes of the revolutions in this market. Thompson describes digital books, the growth of self-publishing and the popularity of audiobooks, discussing the processes of creation and publishing, as well as dissemination, distribution, dissemination/sales and consumption/reading.

Keywords: Book; BookPublishing; New media.

A escrita é considerada por Kerckhove (1995, p. 255-256) como a primeira tecnologia criada para dar suporte e processar a linguagem, ao armazenar os sons da fala. Voltando a esse início, podemos contabilizar três “inovações tecnológicas básicas” (Scolari, 2015): o alfabeto fonético; a imprensa, no século XVI; e o telégrafo, que marcou o início da revolução eletrônica. Já Roger Chartier (2002, p. 22) elenca a evolução da cultura escrita em três fases: a difusão, entre os séculos II e IV, do livro formado por páginas e folhas reunidas e encadernadas, o códex; o livro unitário, escrito em língua vulgar e composto por obras e textos de um mesmo autor; e a invenção da imprensa, no século XV, que moldou a técnica mais utilizada, até os dias atuais, para a produção de livros.

Nesse sentido, o livro tem passado por transformações que o definem e redefinem as quais podem ser conferidas no levantamento feito por Ana Elisa Ribeiro (2018), dos tradicionais até o bibliógrafo digital, a leitura no papel e na tela, as redes de edição e redes sociais, reformulando os processos de criação do autor, edição, divulgação, disseminação até o leitor final, por exemplo. Questões mais recentes sobre esse universo são trabalhadas por John B. Thompson em “As Guerras do Livro: a revolução digital no livro no mundo editorial”, lançada no Brasil, em 2021, pela editora Unesp. Na obra, o autor se centra “no impacto da revolução digital para o mundo editorial”, conforme seu subtítulo, e traça uma evolução do livro independente de seu suporte, especialmente no século XIX.

John B. Thompson é professor emérito de Sociologia na Universidade de Cambridge e membro emérito do Jesus College, Cambridge. No Brasil, também lançou “A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia” (1995), pela Editora Vozes, e “Mercadores de Cultura: O Mercado Editorial no Século XXI” (2013), também pela Editora Unesp. Atualmente, pesquisa o impacto da revolução digital no setor de publicação de livros, que resultou em “As Guerras do Livro”.

Composta por 12 capítulos, além de prefácio, introdução, conclusão e dois anexos (Dados de vendas de uma grande editora americana de interesse geral e Nota sobre os métodos da pesquisa), distribuídos em 575 páginas, a obra discute sobre o impacto da revolução digital no mercado editorial, que se iniciou dos anos 1980 e permanece até os dias atuais. A obra se centra nas mudanças ocorridas no século XXI, trazendo as considerações do autor sobre como a tecnologia digital e a internet têm transformado o mercado editorial, modificando processos

de produção, distribuição e consumo de livros. Apesar do volume extenso, cada capítulo pode ser lido como uma obra separada pela importância do seu conteúdo.

O autor inicia com a discussão sobre “O avanço titubeante do livro digital” (Capítulo 1), que trata sobre origens e ascensão do livro digital; o padrão diferenciado de vendas desse tipo de obra; as variações e as trajetórias; novas “formas e formatos”. Em seguida, o Capítulo 2 debate “A reinvenção do livro”, com a definição do livro digital versus o livro físico. Ele traça uma linha coevolutiva de formas experimentais e versões desse objeto “livro”: livro digital como réplica do texto impresso, curtas-metragens digitais; livro digital aprimorado até os livros-aplicativos e sua reinvenção como uma experiência radical.

Em “Guerras pelos Fundos de Catálogo” – Capítulo 3, é abordado sobre os desafios de se obter uma entrada e manutenção no mercado no caso de não se pertencer ao padrão de uma grande editora; além dos limites da publicação exclusiva de livros digitais de fundo de catálogo. Em conexão, o Capítulo 4 trata do “Problema do Google” sobre os buscadores de livros, algoritmos de recomendação e ferramentas envolvidas, alguns “fragmentos”, além de acordos como a ilusão ultrapassam os Google Books, precisamos ter uma legislação real, completa, real, palpável e justa que ainda está longe de ocorrer e legislar. Os capítulos seguintes têm muito a ver com a questão digital e os novos aprendizados. Por exemplo, Capítulo 5 fala especificamente sobre a “Ascensão da Amazon”. O Capítulo 6 – “Lutas pela Visibilidade” busca entender a visibilidade no mundo físico, a transformação da visibilidade mediada, o triunfo do algoritmo, a comunicação com os leitores, visibilidade por meio do desconto e, por fim, a visibilidade em uma era digital.

Já nos Capítulos 7 e 8 discutem autopublicação e publicação por meio de financiamento coletivo. Das editoras de livros sob encomenda às editoras independentes, a autopublicação na era do livro digital, um espectro de serviços editoriais, uma avaliação dos independentes, universos paralelos e caminhos diversos, passando para a ascensão do financiamento coletivo e como publicação direta para o consumidor, curadoria do leitor. O Capítulo 9 dá prosseguimento a esse debate com a definição de “Bookflix”, replicando serviços de streaming para o universo e a assinatura no ecossistema dos livros: aposta da Scribd, ascensão e queda da Oyster e a predominância do Kindle Unlimited.

Outro ponto trabalhado por Thompson (2021) é sobre “A Nova Oralidade” (Capítulo 10) no universo dos livros, com o desenvolvimento dos audiolivros, sua disseminação, a cadeia de suprimentos e produção dos audiolivros, a interpretação de texto e a importância do narrador nesse processo, os livros no complexo do audiovisual. Dando prosseguimento, o Capítulo 11 traz a “Contação de história nas mídias sociais”, abordando a criação do YouTube de histórias, o compartilhamento gratuito de histórias, das histórias aos estúdios e de histórias a livros. “Velhas e novas mídias” são delineadas no Capítulo 12, com uma discussão sobre disrupção digital nas indústrias criativas, o poder dos dados, criação de conteúdo e colonização da cultura, publicação na era digital, os livros na era digital.

É claro que os levantamentos feitos por Thompson (2021) ou qualquer estudioso do livro e do mercado editorial nos anos 2020 são reflexões sobre o nosso contexto atual e as expectativas para a leitura, os leitores e o mercado editorial nos próximos anos. Sabemos que o mundo está em constante transformação e as mídias, o livro (em seus diversos formatos incluídos aqui) seguem nessa tendência. Não sabemos como prever, com certeza, como o objeto ou o suporte será criado/ produzido/ editado/ distribuído/ divulgado/ consumido. Novos ciclos continuamente já são criados e serão recriados. Novas frentes de formação e fortalecimento da leitura se mostram cada vez mais relevantes, tanto na infância como na vida adulta.:

Apesar do potencial disruptivo da revolução digital e da turbulência que tem caracterizado a indústria editorial desde o começo do terceiro milênio, ela tem se saído muito bem – e muito melhor que diversos setores da mídia e das indústrias criativas. As vendas de livros não despencaram, os livros impressos não desapareceram e até mesmo as livrarias [sic] físicas ensaiaram um tímido retorno: ao contrário das previsões de muitos profetas da desgraça, o apocalipse da indústria editorial não aconteceu (ou, pelo menos, ainda não). Os livros, incluindo os antiquados livros impressos em papel, parecem ocupar um lugar único em nossas vidas, sendo pouco passíveis de substituição, mesmo por uma revolução tecnológica tão radical e abrangente como a revolução digital. [...] As vendas de livros digitais podem ter se estabilizado, mas os livros digitais nunca foram o núcleo da revolução digital na indústria editorial: eles eram apenas um sintoma de uma transformação muito mais profunda e muito mais intensa que estava ocorrendo em nossas sociedades. Graças à revolução digital, as estruturas de informação e de comunicação do nosso mundo estão se transformando. As pessoas estão se comunicando e gastando seu tempo de maneira diferente, velhas práticas que anteriormente funcionavam bem podem não ser mais tão eficazes neste novo mundo de fluxos digitalizados de informação e comunicação. (Thompson, 2021, p. 530-531).

Conforme Thompson (2021), já seria uma tendência atual intercalarmos livros impressos, digitais, audiolivros, por exemplo. No mercado editorial, precisamos acompanhar essas mudanças em todas as fases de um livro, desde a sua elaboração, diversificação e difusão de formatos e suportes, além de variedade de modelos ofertados e os modelos de consumo.

Como pesquisadores, trabalhadores e consumidores do objeto livro, precisamos estar atentos e sempre nos reformulando – toda a estrutura ou cadeia do livro, com profissionais envolvidos (desde o autor, organizador, editor, preparador, revisor, designer, distribuidor, vendedor, etc.) até o leitor. Há muito tempo, esta “suposta” “parede” não é mais vista como como uma separação entre autor/leitor (como toda uma rede envolvida por trás), tem sido proposto algo que tem potencial criador autônomo, mas isso não necessariamente representa uma grande visibilidade e reconhecimento (do público, da mídia e dos “pares”), muito menos dos resultados de vendas, por exemplo.

REFERÊNCIAS

CHARTIER, Roger. Línguas e leituras no mundo digital. *In*: CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora Unesp, 2002. p. 11-32.

KERCHKOVE, Derrick de. Mudar as nossas mentes: uma breve história da inteligência. *In*: KERCHKOVE, Derrick de. **A pele da cultura** – Uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa, Portugal: Relógio D'Água Editores, 1995. Cap. 18, p. 255-268.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Livro** – Edição e tecnologias no século XXI. Belo Horizonte: Moinhos; Contafios, 2018. (Pensar Edição).

SCOLARI, Carlos Alberto (Ed.). **Ecología de los medios**. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona (Espanha): Gedisa Editorial, 2015. E-book.

THOMPSON, John B. **As guerras do livro**: a revolução no universo editorial. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

1 – Ana Paula Martins Pereira:

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Doutoranda

<https://orcid.org/0000-0003-2602-4871> e e-mail: apaulamartinsp@gmail.com

Contribuição: autora totalitaria